

Szitás Péter

Paradigmaváltás a tömegmédia manipulációban: a post-truth korszak eszközei és stratégiái

Bevezetés

Niklas Luhmann korábbi felvetése, miszerint közéleti, gazdasági, társadalmi, technológiai ismereteinket, tudásunk java részét a körülöttünk lévő világról a tömegmédia különböző csatornáin keresztül szerezzük, a mai mediatizált világban nyer igazi relevanciát. Mindenki fogyaszt híreket, legyenek azok kemények vagy puhák, gazdasági vagy bulvár jellegűek. A tömegmédia behálózza életünket, megkerülhetetlenné és elementárisává vált, hogy valamilyen médium fogyasztói legyünk. Az egyre szélesedő spektrumban bárki megtalálhatja a számára megfelelő, identitást, hiedelmeket, saját világképét igazoló médiaterméket. A klasszikus nyomtatott sajtó és a konvencionális rádiós, televíziós híradások mellett napjainkban már éjjel-nappali hírcsatornák, infotainment műsorok, podcastek, videómegosztó portálok és a mindent behálózó közösségi média platformjai számítanak mérvadónak. Azonban a túlcsorduló információmennyiség, amellyel szemben találjuk magunkat, alapjaiban transzformálja hírfogyasztási szokásainkat, ezt pedig a közösségi média – prioritást élvezve a Facebook – előszeretettel szupportál. Ugyanakkor nem csak a kontribútor, hanem a konzumer is adekvátan hibás. A fogyasztó egy saját vélemény- és médiabuborékban ül, ezáltal nem mutat hajlandóságot, szándékot arra, hogy a számára nem szimpatikus médiaterméket konzumálja, túlonként befogadóvá válik azon hírekkel szemben, melyek a szubjektív politikai, kulturális, gazdasági, technológiai nézeteit támasztják alá. A szkepszis és a kritikus gondolkodás, a racionalitás a perifériára szorul és teret nyer a post-truth korszak impulzív, emocionális, agitáló retorikája és kommunikációja, ami a korábbiaktól merőben eltérő kihívásokkal állítja szembe a nyilvánosságot. Hipotézisem: a „webkettes” folyamatoknak köszönhetően a technológiai determinációra épülő társadalmi változások, elsősorban a hírfogyasztás és a tartalomelőállítás terén az igazság utáni korszakban teljesednek ki.

Fogalmi meghatározás

Vizsgálódásaim során gyakran tapasztaltam, hogy a médiamanipuláció témakörében a legtöbbször használt és hangoztatott kifejezések eltérő értelmezésben jelennek meg. Ezért első lépésben fontosnak tartottam, hogy egy koherens, egzakt definíciót találjak a terminus technicusoknak, ami az aktuális kontextusnak és kommunikációs környezetnek is megfelel.

- **A tömegmédia** meghatározásánál van a legegyszerűbb dolgunk: *Tömegtájékoztató média. Elsődlegesen a nagy létszámú befogadói csoportoknak szóló, ám azok peremtömbjeit is kiszolgáló szórakoztató és informáló rendszer (Médiabefolyásolás – Az új kislexikon, 2015, p. 221-222.)*

- **A közösségi média fogalma** alatt mindazon internetalapú a web 2.0 ideológiai és technológiai alapjaira épülő szolgáltatások csoportját értjük, amelyek lehetővé teszik a felhasználók számára, hogy virtuális közösségekben és hálózatokban tartalmakat hozzanak létre és osszanak meg egymással. (*Médiabefolyásolás – Az új kislexikon, 2015, p. 142.*). Nem csak kizárólag a Facebookra szűkíthető le a meghatározás, hanem minden olyan platformot ide sorolunk, ahol a felhasználók/fogyasztók, vagyis maga a közösség gyárt tartalmat: így a mára már klasszikus értelemben vett közösségi oldalak mellett beletartoznak a különböző kép- és videomegosztó portálok, streaming oldalak, csevegőalkalmazások, tartalomgyártó oldalak, ismerkedőtársskereső oldalak, értékelő/ajánló/adok-veszek oldalak, blogoszféra és mikroblogok, valamint mainstream és szubkulturális tudásbázisok. Témánk szempontjából ez azt jelenti, hogy a tájékozódásra használt források tudományos validálhatósága a korábbiakhoz képest radikálisan megváltozott.

- **Mainstream média** alatt klasszikus vagy hagyományosnak tekinthető hírközlő-híradó konglomerátumokat értjük: újságokat, rádióadókat és televíziós csatornákat, amelyeket a társadalom ismer, megbízhatónak tart(ott). Ezen orgánusok jelentős múltra tekintenek vissza (tíz, de akár száz évre visszamenőleg), valamint jó presztízzsel bírnak (későbbi fejezetekben látni fogjuk, hogy a post-truth korszakban miért lett kegyvesztett és hiteltelen a fősdetratú média a fogyasztók szemében).

- **Alternatív média** sorait gazdagítja minden olyan egyéb forrás, amely nem a konvencionális médiumok tárházában szerepel, ami tartalmilag és/vagy formailag megkülönböztethető a kialakított fősdetratú médiától, annak dominanciáját hivatott megtörni. Kiemelt szerepet kap a közösségi média, a megszokott, főleg a web 2.0 előtti hírterjesztési sémáktól való elrugaszkodás: podcast műsorok, videostreamek, civil újságírás, blogoszféra. Tematikájukat tekintve minden olyan topikot felkarolnak, amit a

mainstream tömegmédia vélt vagy valós indokok alapján elhallgat a társadalom és a fogyasztók előtt.

- **Post-truth:** az igazság/valóság utáni kifejezés olyan helyzetre utal, amelyben a racionalitás és az objektív tájékoztatás háttérbe szorul, az érzelmek, szubjektív álláspontok viszont dominánssá válnak, a vélemények nagyobb hatással bírnak, mint a tények.
- **Dezinformáció** alatt a Marriam-Webster megfogalmazásában olyan szándékosan hamisan közölt információt értünk, amivel az igazságot akarják elrejteni, az Oxford Dictionary további értelmezésében ez gyakran kormányzati félrevezetés más hatalmak vagy a média megtévesztésére, Krekó Péter kifejtésében pedig: „A szándékosan megvezető, manipulatív technikákat pedig átfogóan dezinformációnak.” (Krekó, 2018. 18. o.) nevezzük.
- **Bias** lehet ferdtítés, torzítás, amikor egy végeredményt, kimenetelt előnyben részesítünk egy másik felett vagy eleve előítéletekkel hozunk döntést, véleményezünk valamit; tendencia arra, hogy befolyásoljuk (milyen formában prezentáljuk, személyes indíttatásból mennyit hallgatunk el az eredményekből) a végkimenetelt, akár egy kutatás, akár egy hír hatásáról legyen szó. A ferdtítés, torzítás mindig szándékolt és kivétel nélkül az a célja, hogy pozitív megítélésben tüntessük fel a saját csoportunkat, vagy negatívan a velünk ellentétes csoportot.
- **Fake news:** kreált információ, amely tudatos megtévesztésre épít, dezinformáció vagy hoax. A post-truth politikában kiemelt szerepet kap az álhír. Virális, a tömeg- és közösségi média fontos szereplője a terjesztésében.
- **Hoax:** lehet hamis történet, álhír, csalás, átverés, szándékosan megtévesztő események. Az ente/hírlapi kacsa központi lényege a publicitás. A hoax – szemben a városi legendával – addig nem fajsúlyos, amíg be nem kerül a széles köztudatba és nem kap nagy nyilvánosságot.
- **Urban legend:** a városi legenda egyfajta modern kori folklór, szóbeszéd, szándéka szerint legtöbbször nem ártó, nem igényel tömeges elérést, egy kis közösségben is fent tud maradni.

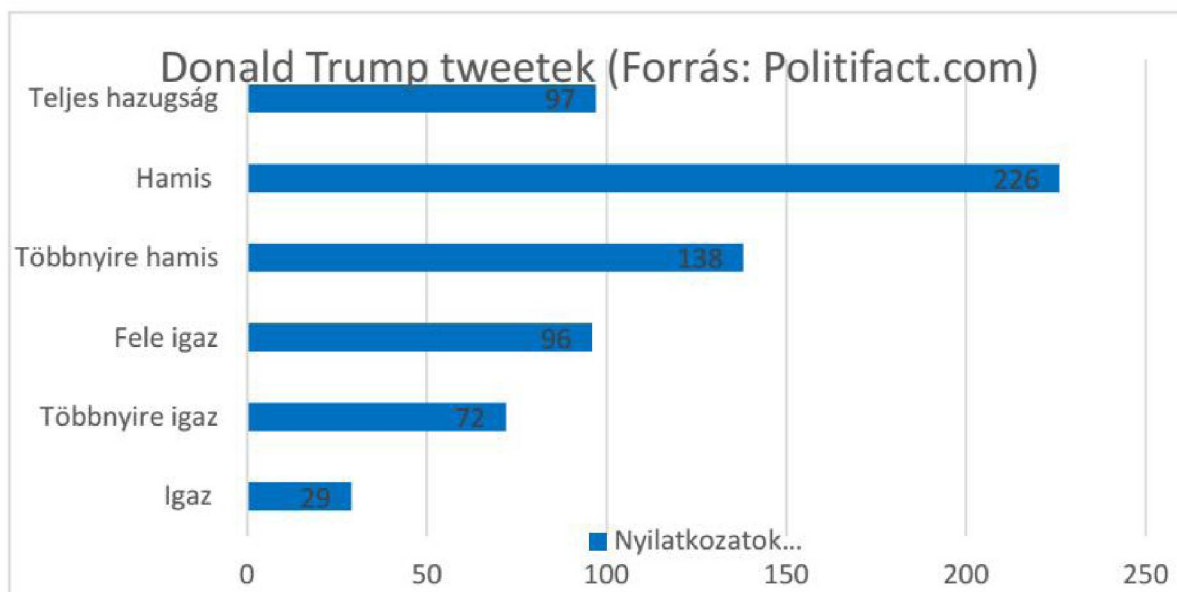
Post-truth, post-lie, post-factual

A **post-truth**, vagyis az igazság/valóság utáni korszak. Meghatározása szerint a melléknév olyan körülményeket jelöl, ahol a tények és az értelem kevésbé vagy egyáltalán nem formálja a közvéleményt és a nyilvánosságot, helyét átveszi az érzelmekre alapozott, és a személyes meggyőződésekbe vetett hit, a Cambridge Dictionary pedig mindezt kiegészíti a tárgyilagosság hiányával, ahol a vita inkább emocionális pilléreken nyugszik, mintsem té-

nyeken, mindez egy erősen agitatív és tautológiára építő érvrendszert támasztja alá. Krekó Péter megfogalmazásában akkor beszélhetünk post-truth korszakról, ha „(...) az érzelmek és a személyes hiedelmek nagyobb szerepet játszanak a közvélemény formálásában, mint maguk a tények.” (Krekó, 2018, p. 15.). Steve Tesich amerikai drámaíró (aki elsőnek használta a fogalmat) így határozta meg azt a környezetet, amit az Öbölháborúval kapcsolatos elhallgatott események és le nem közölt hírek okoztak „*Mi, mint szabad emberek, szabadon döntöttünk úgy, hogy valamiféle igazság utáni világban akarunk élni*” (Krekó, 2018, p. 15.) – utalva ezzel a kormányzat, a média és az állampolgárok cinkosságára. Peter Zusi (University College London adjunktusa, irodalmár) viszont egyenesen post-lie korszakról beszél, túllépve a post-truthon, amiben nem az igazság, hanem a hazugság fogalma értékelődött fel. A „post-lie”-ban a ráhatás és a meggyőzés minden formájával szemben rezisztensekké válnak a fogyasztók, nem lépi át a befogadó ingerküszöböt. A fogalom origója, hogy a politikusok és a vezetők mindig is hazudtak, a „hazugság-utáni” korszakban pedig az átláthatóság vagy a lelepleződés éppen ezért nem mérvadó.¹⁸¹ A jelenség tehát nem újkeletű, a politika világában azonban 2016-ra datálható: egyfelől Donald Trump választási kampányához, másfelől Nigel Farage és a UKIP Brexit kampányához szokás kötni.¹⁸² Azonban, ha csak egyetlen ábrával vagy diagrammal lehetne felvázolni, mit is értünk igazság utáni politika alatt, akkor az alábbi lenne a tökéletes választás. A PolitiFact tényellenőrző oldalon rendszeren gyűjtést és elemzést végeznek az Amerikai Egyesült Államok elnökének tweetjeiről. Jól látható, hogy többségben vannak a dezinformatív, hamis vagy tényleges hazugságokat tartalmazó üzenetek. Feltehetjük tehát a kérdést, hogy a szabad világ első számú vezetője miért hazugságokkal operáló tweetekkel árasztja el a közösségi médiát, milyen politikai tőkét tud ebből kovácsolni és van-e erre igény, a befogadói oldalon?

¹⁸¹Zusi, P: Post-truth? No: post-lie <https://www.ucl.ac.uk/european-institute/news/2018/feb/post-truth-no-post-lie> (Utolsó megtekintés: 2018.03.29.)

¹⁸²McCann, K: Nigel Farage: £350 million pledge to fund the NHS was 'a mistake' <https://www.telegraph.co.uk/news/2016/06/24/nigel-farage-350-million-pledge-to-fund-the-nhs-was-a-mistake/> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29.)



1. ábra: A PolitiFact tényellenőrző oldal gyűjtése Donald Trump tweetjeiről: igaz, többnyire igaz, fele igaz, többnyire hamis, hamis, teljes hazugság – 2019.03.29-ig. Forrás: Politifact.com

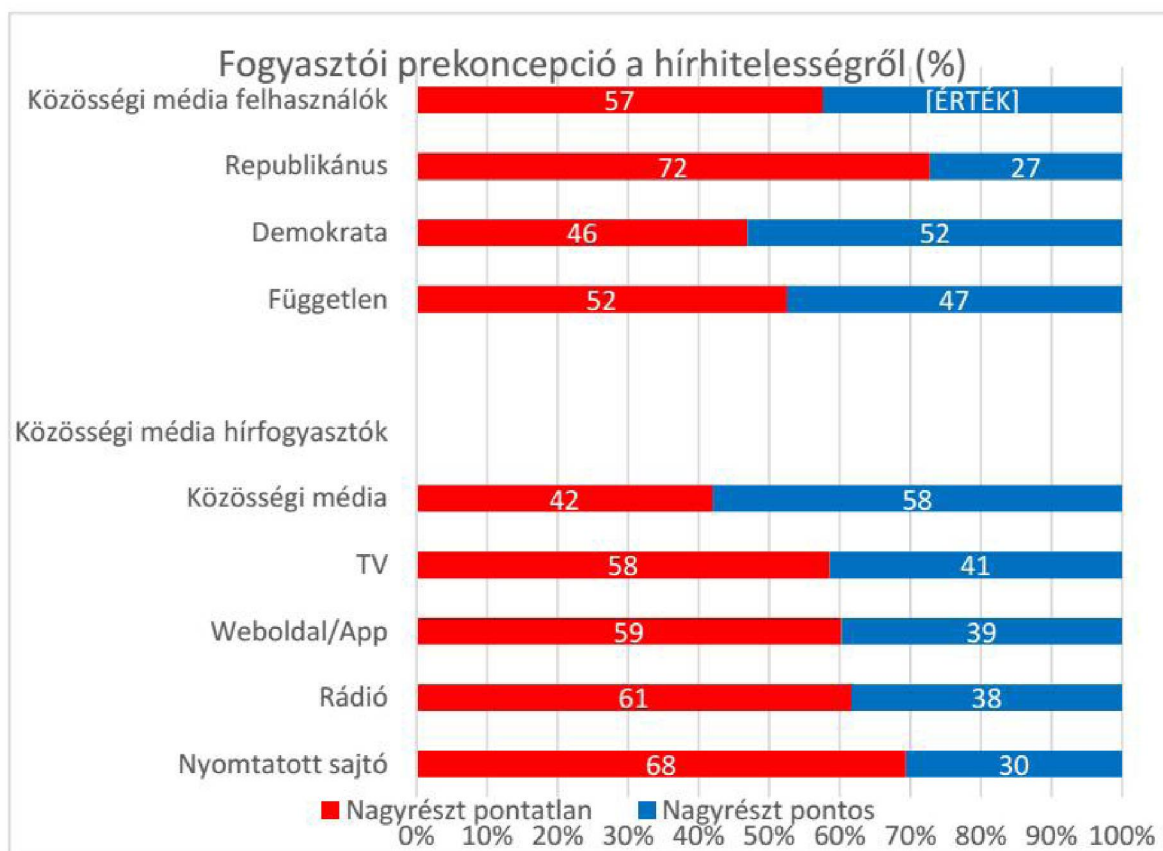
<https://www.politifact.com/personalities/donald-trump/> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29.)

A hírkonzumeri habitus metamorfózisa

A minőségi tartalomszolgáltatás napjainkban mennyiségibe csap át, a kompetitív hírközlésben az online, virtuális térben első hely minden korábbinál fontosabb lett, ezért sokszor a médiamunkások, újságírók sem látják el a feladatukat magas színvonalon. A profitorientáltság és kattintásvadászat, az olvasók elérése mellett a politikai-világnézeti elfogultság is jelentős. Ám ez a bias politikai oldaltól függetlenül, jobb- és baloldalon is egyaránt megjelenik a hírek nagyarányú torzítása. A túlzott szkepszis és a médiumokba vetett bizalmatlanság miatt fogyasztói részről megjelenik egy prekonceptió a hírekről, ami láthatóan a „Pontatlan/nem hiteles” tartományba esik. Ha tovább bontjuk ezt a prekonceptiót a hírhitelességről, akkor láthatjuk, hogy a republikánus szavazók inkább fogalmazzák meg pontatlanságot egy hírrel kapcsolatban még annak elolvasása előtt. További érdekesség, hogy a konvencionális médiumokon túl a weboldalak és applikációk hitelességi faktora is alacsony azok körében, akik valamilyen közösségi médiumot használnak elsődleges hírforrásként. A médiaértelmiség tehát elvesztette Jürgen Habermas által megfogalmazott szerepét, vagyis „*hogyan megvizsgálja, mennyire érvényesülnek a polgári eszmények a gyakorlatban, és rámutasson azokra a*

*politikai és strukturális akadályokra, amelyek a társadalmi nyilvánosság ideális működését akadályozzák a kapitalista körülmények között (Habermas, [1961] 1971; Habermas, 1992)."*¹⁸³

Az alternatív hírforrások kezdetben a profitorientált, sikerhajhász fősdratú hírforrásokat opponálták, azonban a post-truth korszakban szerepük jelentősen megváltozott. Ezt a trendet pedig a különböző álhírgyártó oldalak előszeretettel ki is használják. A web 2.0 technológiai revolúciójának köszönhetően bárki gyárthat tartalmat és megoszthatja a széles online nyilvánossággal azokat. A közösségi médiumoknak köszönhetően az álhírek könnyebben és gyorsabban megtalálják célközönségüket, nyitottabbá válik a befogadói oldal. A következőkben azt mutatom be mi a szerepük az álhíreknek az igazság-utáni korszakban, hogy váltak központi elemmé a post-truth kommunikációban, illetve mi az oka a nagyfokú viralitásnak, ami ezeket a dezinformatív üzeneteket jellemzi.



¹⁸³ Császi Lajos: Médiakutatás a kulturális forradalom után

https://mediakutato.hu/cikk/2008_03_osz/07_mediakutatas_forradalom (Utolsó megtekintés 2019.03.29.)

2. ábra: A közösségi média hírfogyasztóinak több mint fele már a hír elolvasása előtt pontatlanságra, dezinformációra számít – az Egyesült Államok lakosságának körében. A republikánus szavazók/hírfogyasztók körében különösen magas ez az arány. További érdekesség, hogy azok körében, akik elsődlegesen valamilyen közösségi médiumból informálódnak, számukra a konvencionális médiumok, de még a weboldalak, applikációk hitelessége is rendkívül alacsony. Forrás: Pew Research Center <http://www.journalism.org/2018/09/10/news-use-across-social-media-platforms-2018/> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29.)

Álhírek az igazság utáni korszakban

A fake news – mely 2017-ben került az év szavainak listájára¹⁸⁴ – esetében egy komplex entitással találjuk szemben magunkat. Kreálók tudatosan valótlán állításokat közölnek, melyekre számos példát találunk a fake-news óceánban. Közös attribútumok az ártó szándék és az emberi hiszékenység, tájékozatlanság, a digitális analfabetizmus, valamint a naivitás kihasználása. Ezek együttese a közösségi média mindent behálózó és átívelő rendszerének köszönhetően az erőszak egy új formáját alkotta meg. „[...] az álhírek terjesztői között egyszerre lehetnek jelen a cinikus propagandisták és a lelkes hívők [...]”- írja Krekó Péter a már idézett művében. (Krekó, 2018, p. 17.). Fontos kiemelni, hogy a különböző nézőpontok és eltérő értelmezések nem képezik és az álhírek alapjait. Politikai-gazdasági-társadalmi kérdésekben a klasszikus bal-jobb oldali dichotómia más-más perspektívából vizsgálja a problémákat és keres, illetve kínál azokra válaszokat. Saját elképzeléseinknek, tapasztalatainknak ellentmondó hírek nem minősülnek álhíreknek. Nem szabad elfelejtenünk, hogy ismereteink jelentős részét nem direkt, empirikus úton tapasztaljuk meg, hanem indirekt módon források útján jutunk hozzájuk, ez pedig a pletykák, álhírek, majd pedig az összeesküvés-elméletek széles spektrumához vezet. A személyes tapasztalat mindig erősebb, mint a szekunder források, ezért is lehetséges olyan konteók popularitása, mint a lapos Föld elmélet.¹⁸⁵ A hírdömpingben különösen fontos a jó cím, ezért a

¹⁸⁴Flood, Alison: Fake news is 'very real' word of the year for 2017

<https://www.theguardian.com/books/2017/nov/02/fake-news-is-very-real-word-of-the-year-for-2017> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29.)

¹⁸⁵ Nace, T.: NASA Astronauts Provide A Perfect Response To B.o.B's GoFundMe To Prove The Earth Is Flat

<https://www.forbes.com/sites/trevornace/2017/10/05/nasa-astronauts-perfect-response-to-b-o-bs-gofundme-to-prove-the-earth-is-flat/#37a6f7f41ce3> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29.)

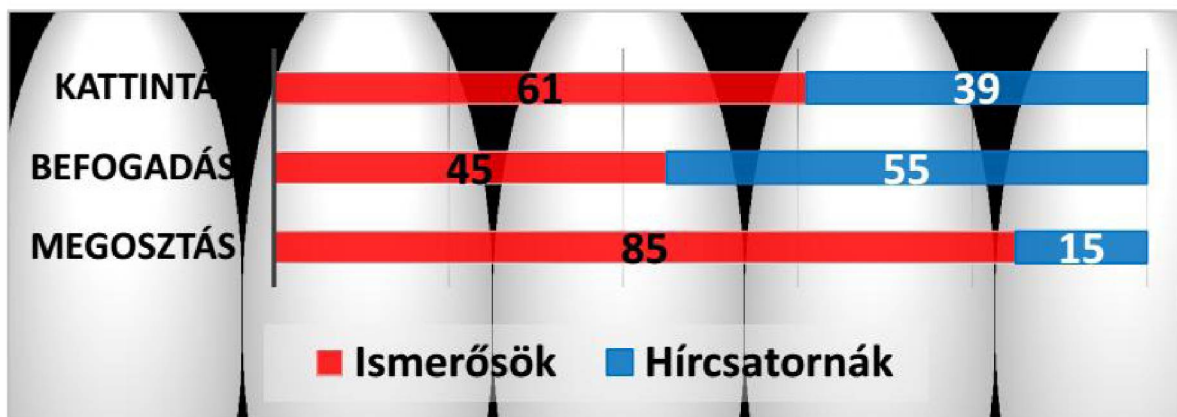
médiumok minél szenzáció hajhászbabb, figyelemfelkeltőbb, extrém címekkel bombázzák a fogyasztókat. Ezt nem csak az álhírportálok, konteó oldalak használják előszeretettel, hanem a mainstream, magas presztízzsel funkcionáló médiumok is átvették a bulváros metódust. A kattintásszám-vadászat miatt az online térben így sokszor a minőség háttérbe szorul. Persze, egy magas minőséggel rendelkező médium nem engedheti meg magának az álhírek terjesztését, ám ne legyenek illúzióink, a dezinformáció és bias, az információk eltérő interpretációja itt is szabatos. Azonban mielőtt minden bias origójának a hírportálokat, szerkesztőségeket és az újságírókat határoznánk meg, érdemes kitekintést tenni az olvasói magatartásra is. *„Az álhírek könnyű terjedését, viralitását 3 fő tényezővel lehet magyarázni:*

- *az információfeldolgozás felszínességével,*
- *az elfogultságok szerepével,*
- *a társak információhitelesítő szerepével” (Krekó, 2018, p. 67.)*

A figyelemfelkeltő, hatásvadász címekhez és ezáltal az álhírek terjedéséhez az új fogyasztói habitus is hozzájárul, miszerint a szalagcímen túl már nem olvassuk el az adott hírt. Az Amerikai Egyesült Államok egyik közszolgálati rádiója, a National Public Radio, bolondok napja alkalmából megjelentetett egy hírt „Miért nem olvas már Amerika?” címmel, melyet egyszerű tréfának szántak.¹⁸⁶ A valóság azonban ennél ridegebb, ahogy a Columbia Egyetem 2016-os Twitter felhasználók hírfogyasztási szokásaira irányuló kutatásából is kiderül, a közösségi médiában megjelent hírek 80%-a nem kap semmilyen kattintást, csupán újbóli megosztást. Az ismerősök által megosztott tartalmak nagyobb olvasottságot kapnak, mintegy 60%-ot a hivatalos hírforrások elérésével szemben. Több faktort is figyelembe vehetünk, hogy miért lett annyira elterjedt az olvasás nélküli megosztás és szűkült az informálódási igény pusztán a címekre. Az egyik ilyen tényező a megnövekedett információs dömping, az igény, hogy up-to-date-nek érezzük magunkat, még ha nem is igazán érdekel minket az adott téma. Így egy fals, pseudo-tudás birtokába kerülünk: vagyis azt hisszük, hogy rendelkezünk bizonyos kompetenciával egy-egy témakörben, ezzel relációban, a közösségi média nyújtotta lehetőségekkel karöltve megmutathatjuk ismerőseinknek, hogy jártasak és jól informáltak vagyunk. Másrészt megerősíthetjük prekoncepcióinkat: ha már minimális jártasságunk van, akkor megerősítést kapunk afelől, hogy mi is hasonlóképpen vagy ugyanúgy gondolkodunk, kiműveltek vagyunk és nincs szükségünk további tájékozódásra.

¹⁸⁶ Why doesn't America read anymore?

<https://www.npr.org/2014/04/01/297690717/why-doesnt-america-read-anymore?t=1542028883757> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29.)



3. ábra: Hírek népszerűsége és megosztása Twitteren: megosztás – befogadás – kattintás. Az ismerősök által megosztott URL linkeket előbb osztják meg és előbb kattintanak azokra, mint a hírcsatornák által megosztott linkekre, viszont utóbbinak nagyobb a befogadási hatása. Forrás: Data Science Institute of Columbia University – 2016 <https://datascience.columbia.edu/new-study-highlights-power-crowd-transmit-news-twitter> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Csak egy példa az információfeldolgozás felszínességére: az IFLScience populáris tudományos-ismeretterjesztő blog posztolt egy hírt, amelyben a NASA megerősítette, hogy a marihuána földönkívüli DNS-t tartalmaz – természetesen a cikknek semmi köze nem volt sem idegenekhez, sem a kannabiszhoz, mégis közel 170.000 megosztást produkált.¹⁸⁷

Második pont az elfogultság szerepe. Az olvasók, fogyasztók az általuk kedvelt, meghatározónak és hitelesnek tartott hírforrásokon, médiumokon kívül nem hajlandóak tájékozódni, más információkat nem vesznek figyelembe, hiszen jelentős kognitív energiával járna a saját világkép újbóli, akár napi szinten történő felépítése. Ez az értelmezés szorosan kapcsolódik Joseph Klapper szelektív észlelés elméletéhez. Azonban nem csupán egy véleménybuborékban vagy a tribalizmushoz köthető visszhangkamrában ül a felhasználó¹⁸⁸, hanem egy filter buborékban (Pariser, 2011) is.¹⁸⁹ A platformok al-

¹⁸⁷ Hale, T.: Marijuana Contains "Alien DNA" From Outside Of Our Solar System, NASA Confirms <https://www.iflscience.com/editors-blog/marijuana-contains-alien-dna-from-outside-of-our-solar-system-nasa-confirms/all/> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

¹⁸⁸ Grimes, D. R.: Echo chambers are dangerous – we must try to break free <https://www.theguardian.com/science/blog/2017/dec/04/echo-chambers-are->

goritmusainak és a fogyasztói szokások folyamatos vizsgálatának köszönhetően egyre nagyobb perszonalizáció alakul ki nemcsak a megvásárolható termékek marketingjében és targetációjában, hanem a különböző politikai üzenetek és hírek terjesztésében is. A közösségi médiumok ajánlásai olyan hírportálokat fognak találatként megjeleníteni számunkra, amelyek meg-egyeznek a már általunk követett oldalak profiljával vagy olyan személyeket ajánl fel követésre, akikkel hasonló érdeklődési körünk van.

Harmadik pont alatt a társak információhitelesítő szerepét figyelhetjük meg. Vagyis azt, hogy a családtagjainknak, közeli hozzátartozóinknak, barátainknak, az általunk respektált véleményformálóknak hajlamosabbak vagyunk hinni, mint egy ismeretlen, távoli médiamunkásnak és az ő kommentárjuk, véleményük sokkal erősebben hat a ránk. Ez a hatáselmélet szorosan köthe-tő Paul Lazarsfeld és munkatársa kétlépcsős hatás modelljéhez.

Az álhírgyártó oldalak címadása stilisztikai szempontból természetesen a legnagyobb kattintásszám elérésére irányul, amely mögött jellegzetes sémák figyelhetők meg (Krekó, 2018. p. 70.):

- „túlzó kifejezések használata (...)
- a befogadó érzelmi reakcióinak előrevetítése, előzetes tényként rögzí-tése (...)
- rémisztő, apokaliptikus forgatókönyvek tényként kezelése (...)
- a felkiáltójel kötelező használata”

Az álhíroldalak többsége nem elsősorban politikai identitásból, hithű meg-győződésből, esetleg oktatási céllal vagy a morális felsőbbrendűség miatt terjesztik a kreálmányaikat: mindennek egyszerű pénzügyi oka van. Ennek ellenére a politikai témák meglehetősen felkapottak vagy párttal kapcsolat-ban meg kell, hogy jelenjenek, hiszen foglalkoztatja az állampolgárokat a hír és keresik azokat az információmorzsákat, melyek nem kerültek a nyilván-nosság elé. A politikai álhírgyártó oldalak száma és szerepe különösen a kü-lönböző kampányidőszakokban, egy-egy választás alkalmával növekszik meg, és amilyen hirtelen jelentek meg, ugyanolyan gyorsasággal is tűnnek el a világháló berkeiről. Az álhírek monetizálása viszont minden esetben ki-emelt jelentőségű: a mindent behálózó közösségi médiában a különböző platformok konnektivitása okán, minimális tudással és ráfordítással mar-káns bevételre tehetünk szert – ha megfelelő látogatottságot generálunk – a

dangerous-we-must-try-to-break-free-of-our-online-bubbles (Utolsó megtekintés 2019.03.29)

¹⁸⁹Leetaru, K.: Why 2017 was the year of the filter bubble?

<https://www.forbes.com/sites/kalevleetaru/2017/12/18/why-was-2017-the-year-of-the-filter-bubble/> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Google AdSense és a Facebook hirdetési szolgáltatásai által.¹⁹⁰ Terjesztésben viszont nem csak a „humántőkére” hagyatkoznak az ötletadók. Magasabb szinten a politikai álhírgyártás nem pusztán a könnyű pénzkereseti lehetőséget szolgálja, itt már szignifikáns külpolitikai érdekek jelennek meg: íme, az információs politikai hadviselés új korszaka. Kiemelt szerepet először a 2016-os amerikai elnökválasztásban kaptak az automatizált fake news terjesztő botok és azóta is jelent vannak elsősorban Twitteren, de más platformokon is egyre jelentősebb számban fordulnak elő botfiókok.¹⁹¹ Ezek szerepét és hatásait az orosz befolyásolási modell részben fogom részletesen taglalni.

Geopolitika, populizmus és az álhírek

Hogyan használja fel a politika az álhíreket az állampolgárok és a szavazók megtévesztésére, milyen szerepe van az álhíreknek a post-truth korszak politikai kommunikációjában? A politikusok (itt ismét Donald Trump kampányától eredeztethetjük a problémát) már nem egy-egy hírre alkalmazzák a „fake news” meghatározást, hanem konkrét médiumokra: az amerikai elnök esetében az őt opponáló, ellenzéki – demokrata – szálakkal rendelkező vagy független médiumokat stigmatizálja vagy bármit, ami személyét dehonesztálja és a nép ellenségének tekinti azokat.¹⁹² A politikusok és a politikai kommunikáció tehát erodálta a fake news fogalmát. Jól felfogott érdekből járultak hozzá ahhoz, hogy tovább erodálódjon a fake news fogalma és ezzel kiépüljön post truth korszak. Ezért a különböző tudományos kutatásokban már megkülönböztetik a politikusok által használt „fake news” fogalmát, a valóban dezinformatív, hamis információkat vagy féligazságokat tartalmazó

¹⁹⁰Fowler, G.: I fell for Facebook fake news. Here’s why millions of you did, too. https://www.washingtonpost.com/technology/2018/10/18/i-fell-facebook-fake-news-heres-why-millions-you-did-too/?utm_term=.27e957f5ae9a (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

¹⁹¹Dizikes, P.: Study: On Twitter, false news travels faster than true stories <http://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29.)

¹⁹²Morric, C.: Trump Calls Out CNN, NBC, ABC, and CBS in Wake of Sinclair’s ‘Fake News’ Promos <https://finance.yahoo.com/news/trump-calls-cnn-nbc-abc-132605495.html?guccounter=1> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

„false news”-tól.¹⁹³ A politikusok által nem kedvelt médiumok felcímkezése a „fake news” terminológiával leegyszerűsített politikai kommunikációs panel lett, olyan attribútumokkal, amelyek jól rímelnek a populista retorikával: ki kell állni a népért, a nép nevében le kell taszítani az álhírterjesztő médiumokat és az elitet Pantheonjukból. Más szavakkal: el kell lehetetleníteni, diszkreditálni kell az ellenzéki médiumokat, a nekünk nem tetsző hangokat, mert csakis mi tudjuk képviselni a népet, vagyis a szavazóinkat. A populizmus logikájára építve a post-truth korszakban az álhírek gyártói és a befogadó közösség tökéletes szimbiózisban tudnak létezni. A populizmus egy fiktív ellenséget állít szembe az erkölcsileg tiszta néppel, egy bűnös elitet, amely idegen érdekeket akar kiszolgálni, elhallgatni az értékes információt, eladni/eladósítani az országot vagy a háttérhatalmak kezére játszani azt, kicserélni/elüldözni a lakosságot. A populista vezető tudja a megoldást, szerepfelfogása szerint ő egy a népből (vagyis a potenciális szavazók) közül. Az álhírek és összeesküvés-elméletek ugyanezt a sablont követik: a tudósok, bankárok, politikusok, a korrupt elit „elhallgatja” az igazságot, „elnyomják és ellehetetlenítik” a hétköznapi, egyszerű embereket, akik más, olcsóbb, hatásosabb opciókat kínálnak. A populizmus írmagja egyre erősebben burjánzik a lakosság körében, a hírekben való általános kételkedés megnő és a nyugati-demokráciák hosszú évtizedekre visszatekintő szabad sajtó-és médiakörnyezete a bizalmatlanság és kételkedés helyszíne lesz a populista nézetekkel bíró állampolgároknak.

Azonban a nyugati mediatizált demokráciák berendezkedését merőben el kell különíteni a keleti, autokrata rezsimektől, így Törökországtól, Kínától és Oroszországtól, valamint a totalitárius berendezkedésű, abszolút állami propagandát és teljes cenzúrát használó Észak-Koreától, hiszen az előbbi államok vezetői messze állnak a technofób állásponttól, addig utóbbi diktátora déli szomszédjával ellentétben nem áll közös platformon a technikai/technológiai innovációk terén. Gondolatmenetünkben ezért – nem kizárva a további cizellálás lehetőségét – két álhírmodellt különböztetünk meg különböztethetünk meg egymástól az álhírgyártás perspektívájában: egy nyugati (amerikai) és egy keleti (orosz) struktúrát.

¹⁹³A legnagyobb hatalom a világon: megszabni a valóságot
https://index.hu/gazdasag/2018/06/26/sinan_aral_interju/ (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Orosz modell

2017 szeptemberében Vladimir Putin, az orosz tanév első napján nyilvánosan is kifejtette gondolatait, hogy ki és hogyan uralhatja a világot a 21. században. Abból indult ki, hogy a mesterséges intelligencia fogja meghatározni a világ jövőjét és az a nemzet fogja uralni Földünket, amely dominanciával bír a szféra felett. Az orosz elnök jól látja az AI előnyét a kiberhadviselés területén: nem csupán a robotikát, az automatizációt és az „anyaországból” vívott háborút jelenti, hanem a megtévesztés, összezavarás digitális világban történő lefolytatását a szuperhatalmak között. A (dez)információs háborúban az álhírek szolgáltatják a virtuális muníciót, míg a fegyvert a hackerek és internetes trollok adják a kreálók számára. Így nem meglepő, hogy Elon Musk tech-guru és innovátor véleménye szerint a harmadik világháborút – Putin szavaira reflektálva – a mesterséges intelligencia birtoklásáért vívott harc fogja kirobbantani és a front a virtuális térben, az állampolgárok számára láthatatlanul fog lezajlani, a következmények azonban mindenki számára érzékelhetőek lesznek.¹⁹⁴ Az expanzív dezinformációs törekvésekben tehát Oroszország élen jár. *„Az aktív intézkedések egy jellegzetes példája, amelynek során jellegzetesen a féligazságok vagy inkább álhírek és fabrikált összeesküvés-elméletek válnak a más ország belügyeibe való beavatkozás alapjává és ürügyévé.”* (Krekó, 2018. 187. o.) A nemzetközi invazív külpolitikai érdekek megvalósításában a szisztematikusan kiépített orosz kormánypropaganda, az álhírek és összeesküvés-elméletek terjesztése, valamint emberi trollhadsereg és a botok (emberi felügyelet nélkül is működni képes, automatizált programok) bírnak jelentős asszisztenciával. A demokratikus választások befolyásolása érdekében egyre szívesebben nyúlnak az álhírekhez. A nyugati-liberális vélemény és információs dominanciát megtörve igyekeznek a Kreml destabilizálni elsősorban az európai államokat, de legkiemelkedőbb példa erre a 2016-os amerikai elnökválasztás lehetne. Az orosz beavatkozással kapcsolatban Robert Muller jogász vezette a vizsgálatokat és bár William Barr legfőbb ügyész 4 oldalas összefoglalója szerint nincs bizonyíték arra, hogy Donald Trump és Oroszország összejátszott volna,¹⁹⁵ ér-

¹⁹⁴ Fiegerman, S.: Elon Musk predicts World War III
<https://money.cnn.com/2017/09/04/technology/culture/elon-musk-ai-world-war/index.html> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

¹⁹⁵ Pramuk, J., Kimball, S.: Trump did not collude with Russia, says Mueller, and is cleared of obstruction by the attorney general

demes megvárni a teljes 300 oldalas jelentés nyilvánosságra hozatalát, ami ez év áprilisára várható.¹⁹⁶

Az államosított dezinformáció terjesztésének egyik fő eszköze a Russian Today (későbbiekben módosult szimplán RT névre), mely alapkonceptiója szerint angol nyelvű orosz hírtelevízió és a nyugati intézményrendszer és társadalmi berendezkedés fekete foltjaira, hiányosságaira mutat rá. A televízió 2005-ben indult és a 2008-as gazdasági válság idején kiemelt stratégiai fontosságúnak nyilvánította az orosz vezetés, később pedig megjelentek a csatorna arab, francia, spanyol és német nyelvű változatai is. Több bírálatot is kapott, így az Ofcom brit kommunikációs kormányügynökség is megerősítette, hogy félrevezető híreket sugároznak az egyes platformok, tartalmuk az orosz propagandát hivatottak reprezentálni.¹⁹⁷ Liz Wahl, az RT egykori tudósítója elmondása szerint pályafutása kezdetén, 2011-ben még nem látott a csatorna propaganda szerepe, csupán a nyugati országok hibái, antidemokratikus és a jogállamiságot nélkülöző cselekvései kerültek fókuszba.¹⁹⁸ Egy alternatív médium szerepét töltötte be, amely megmutatta, hogy a társadalmi problémák a nyugati társadalmakban – így az Amerikai Egyesült Államokban is – szintén jelen vannak, csak a fősodratú média torzításai révén nem kerülnek be a nyilvánosságba. Munkássága során viszont egyre szembetűnőbb lett számára a csatorna öncenzúrája, a szélsőséges hangok térnyerése és a nagyipari konteó gyártás, amely igazolja, hogy az RT nem a nyugati hiányosságokra mutat rá, hanem mesterségesen kreálja, majd implementálja azokat. Az állami propaganda másik fontos, nemzetközi forrása a Sputnik hírügynökség, amelyet 2014-ben indítottak, emelve a tétet a dezinformációs háborúban, még inkább megosztva a nyugati társadalmak lakos-

<https://www.nytimes.com/2019/03/29/us/politics/barr-mueller-report.html> (Utolsó megtekintés 2019.03.29.)

¹⁹⁶ Benner, K.: Barr says Mueller report will be redacted and made public by mid-April <https://www.nytimes.com/2019/03/29/us/politics/barr-mueller-report.html> (Utolsó megtekintés 2019.03.29.)

¹⁹⁷ UK regulator Ofcom backs BBC in Russian TV case <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-34316047> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

¹⁹⁸ Carroll, R.: Russia Today news anchor Liz Wahl resigns live on air over Ukraine crisis <https://www.theguardian.com/world/2014/mar/06/russia-today-anchor-liz-wahl-resigns-on-air-ukraine> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

ságát, növelve a bizalmatlanságot az ország kormányában és intézményrendszerében, felerősítve a szélsőséges hangokat.¹⁹⁹

Az Internet Research Agency profilja az orosz perspektívát képviselő politikai-gazdasági befolyásolás-szerzés amihez Szentpétervárott képzik a hadseregüket. Munkájuk fő részét Alexei Navalny orosz ellenzéki politikus kritizálása, anti-ukrán és anti-amerikai propaganda, közéleti személyek és hírességek lejáratása, valamint az orosz politika, Vladimir Putin és Bashar al-Assad dicsérete jelentette 2015-ben.²⁰⁰ Tehát ne legyenek kétségeink, a külföldi oldalak esetében ezek a behatolók ugyanazzal a mechanizmussal folytatják külpolitikai érdekeket kiszolgáló destabilizációs tevékenységüket, mintha a belpolitikai stabilizációt kellene megerősíteniük, fenntartaniuk. Legjelentősebb beavatkozás a Donald Trump megválasztása előtti időszakban zajlott, ahol fizetett hirdetésekkel, mémekkel, álhírekkel álltak ki Trump mellett, és igyekeztek átfogó lejárató kampányt kialakítani Hillary Clinton, Barack Obama és Bernie Sanders ellen. A becsmérő és ócsárló hadjáratban éles hangot használtak az LMBTQ és a fekete közösségekkel szemben, megjelent a migráció ellenesség, az iszlamofóbia, szóba került a fegyverek támogatása, lényegében minden olyan téma, ami egy pro-Trump kampányban kézenfekvőnek bizonyult. A 2018. novemberi időközi választások előtt a Facebook több mint 800 gyanúsak vélelmezett, beavatkozni próbáló oldalt vagy profilt kapcsolt le.²⁰¹ Bár ez a mennyiség nem tűnik jelentősnek és feltételezhetően a 2020-as elnökválasztás sokkal nagyobb mozgósítást fog eredményezni, érdemes belegondolni, hogy a megnövekedett biztonsági behatolások és kiszivárgott profil adatok milyen új lehetőségekhez juttatják hozzá a trollhadsereget.

Az orosz álhírek nem csak arra alkalmasak, hogy Nyugaton egy erkölcsstelen világot, züllött életvitelt és szélsőségesen hedonista attitűdöt mutassanak be elferdítve. A szatirikus-humoros álhír oldalak komoly segítséget nyújthatnak az orosz álhírgyártóknak, amelyek fő üzenete, hogy a nyugati világ már elbukott, morális csődöt mondott vagy pusztulásra van ítélve a

¹⁹⁹ Halliday, J.: BBC World Service fears losing information war as Russia Today ramps up pressure <https://www.theguardian.com/media/2014/dec/21/bbc-world-service-information-war-russia-today> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

²⁰⁰ Parfitt, T.: My life as a pro-Putin propagandist in Russia's secret 'troll factory' <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/russia/11656043/My-life-as-a-pro-Putin-propagandist-in-Russias-secret-troll-factory.html> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

²⁰¹ Gold, A.: Facebook boots U.S. accounts spreading questionable political content <https://www.politico.com/story/2018/10/11/facebook-removed-accounts-894731> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

nyugati magatartás miatt. Az Európai Unió dezinformáció és álhír-ellenes különítménye (East StratCom Team) erre a célra lett felállítva: a Kelet-Európai és Közel-Keleti térségben vizsgálja a hasonló jellegű álhírek terjedését, abban az aspektusban, hogy mennyire romlik az EU megítélése például Ukrajnában vagy a balkáni országokban.²⁰² A dezinformációs hadviselés nem csupán a külpolitikai célokban segíti a hatalmat, hanem a moszkvai vezetésre nézve kényelmetlen politikai témákról is elterelhetik a figyelmet. Ilyen például a Szkripal-ügy is, amelyben a mérgezéssel gyanúsított orosz titkoszolgálat ügynökeit az orosz állami propaganda először lelkes, amatőr gótikus építészet kedvelőinek mutatta be, majd egy interjú alkalmával vélhetően homoszexuális pár szerepét húzták rájuk (ez különösen érdekes az orosz társadalmi megítélés fényében, ugyanis a közvélemény igencsak elutasító minden nem heteroszexuális kapcsolattal szemben).²⁰³ Miután a sikertelen propaganda és több orosz kém lebukása is nem várt negatív nemzetközi és belpolitikai visszhangot kapott, a szervezett álhírgyártás egy régi, de bevált témához nyúlt: még a hidegháború időszakából fennmaradt amerikai biológiai fegyverekről szóló ellenpropagandát tűzték napirendre. Oroszország jelenleg prototípusa az álhírgyártási folyamatoknak, ennek okán a dezinformációs folyamatoknak a közfigyelmet fenntartva és a médiát tematizálva újabb magasságokat kell elérni, ahol a fake news szorosan fuzionál a politikával. Ettől kezdve pedig nem lesz klasszikus értelemben vett újságírókra, „örkutyákra” szükség. Az orosz megtévesztés tökéletesnek látszik működni, amelynek lényege, hogy a nyugati vezetés úgy érezze kiismerték Oroszországot és Vladimir Putint. A gyakorlat viszont nem őket igazolja: az orosz álhírterjesztés mindig egy lépéssel előrébb jár.

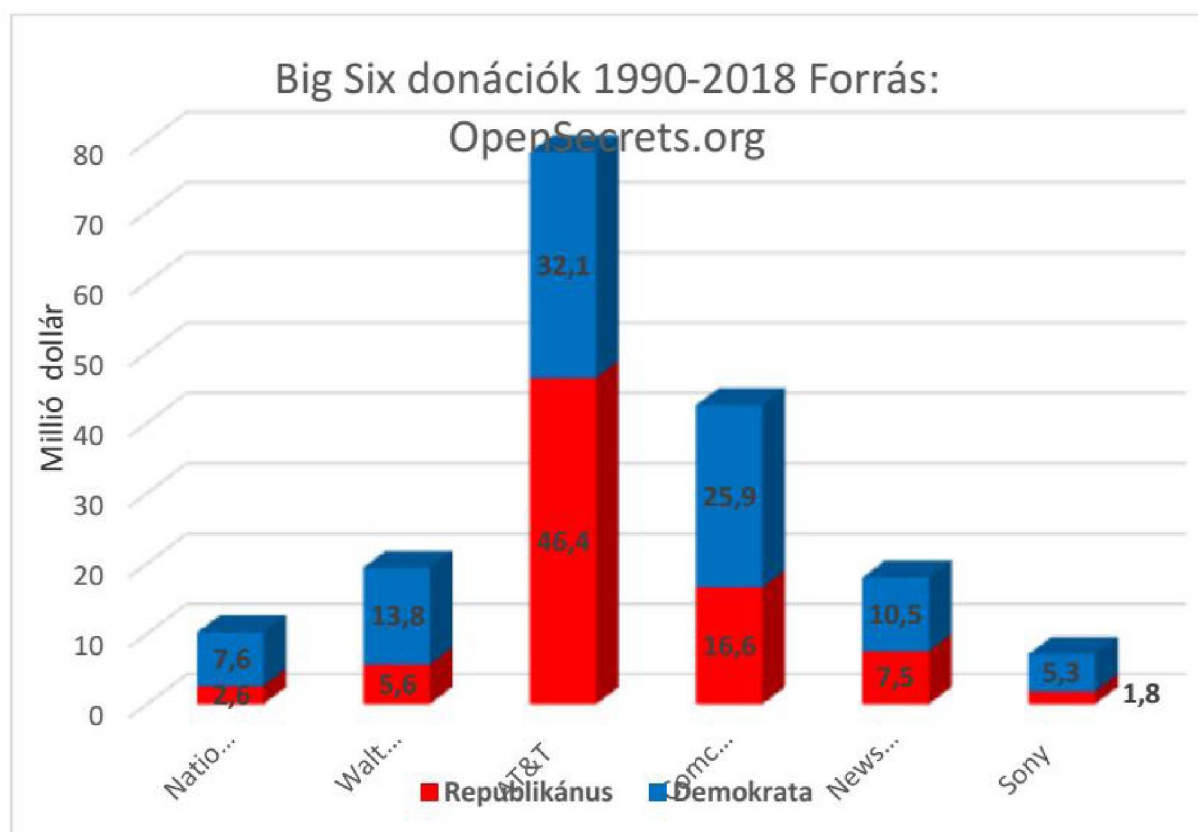
Amerikai modell

Az amerikai modell elsődleges és leglényegesebb szembetűnő különbsége, hogy a média pluralizáltsága miatt nem beszélhetünk szervezett kormánypropagandáról, a rendszer kielégítő információs szabadságot és a tájékozódás lehetőségét biztosítja az állampolgárok számára. A jobboldali kánon alapállása viszont az (főleg az alt-right mozgalmak), hogy a fősodratú, to-

²⁰²Migrant raped a goat in Bulgaria <https://euvsdisinfo.eu/report/migrant-raped-a-goat-in-bulgaria/> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

²⁰³Rainsford, S.: Mission implausible: Russians mock improbable spy duo <https://www.bbc.com/news/world-europe-45591103> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

vább a közösségi média is jelentős baloldali-liberális túlsúllyal bír és a konzervatív üzenetek cenzúrázva vannak, kevesebb megjelenést biztosítanak ezeknek, szűkebb megjelenési területük van. Erre a felvetésre kerestem adatsorokat, amelyet az alábbi ábrán összesítettem. Jól látható, hogy a „Big Six”, vagyis a hat nagy médiakonglomerátum donációiból több jut a Demokrata Pártnak, tehát az anyacégek és a leányvállalatok is demokrata értékrendszerrel vagy politikai orientációval rendelkeznek.



4. ábra: Big Six Donációk megoszlása a Republikánus és Demokrata Párt arányában. Forrás: OpenSecrets.org (saját szerkesztés)

A közösségi média elfogultságával kapcsolatban a Stanford Egyetem 2017-ben végzett vizsgálódást a Szilícium-völgy tech óriásaival kapcsolatban. A kutatásba mintegy 600 cégvezetőt vontak be, ahol a politikai-gazdasági-szociális értékrendszerükről, kérdezték meg őket. A kutatás eredményeiből kiderült, hogy támogatják a kozmopolita attitűdöt, az egyenlőséget, anti-rasszisták, pozitívak a bevándorlás kérdéskörében, szabad piac és szabad kereskedelem pártiak, de ellenzik az állami szabályzásokat a munka világában, szakszervezet ellenesek, viszont szorgalmazzák az mindenkire kiterjedő

szociális hálót és egészségügyi ellátást is – tehát sokkal liberálisabb és radikálisabb nézeteket képviselnek, mint a Demokrata párt szavazói vagy politikusai. Ráadásul a cégek vezetői jelentős donációval támogatják a Demokrata pártot vagy ahhoz köthető mozgalmakat, szervezeteket, így nem nehéz megjósolni, hogy merre tolódhat el a párt a politikai spektrumon az elkövetkezendő években. (Broockman, et al, 2017).

Ahogy a hírfogyasztói habitusokból is kirajzolódott, a Facebook domináns lett a felhasználók körében. Ma már több mint 2,3 milliárd felhasználót tudhat magáénak a közösségi médiaóriás, azonban az oldal presztízse és megítélése folyamatosan romlik. A Facebook lett az információs társadalom modern cenzora. A már említett filter buborék jelenség, a perszonalizáció és az algoritmusok használata mind segítik a legnagyobb közösségi médiumot abban, hogy szelektálja, cenzúrázza, törölje a számára nem kívánatos üzeneteket. Jelentős botrányt váltott ki például a Trending Stories nevű funkció bevezetése, amely kapcsán kiszivárgott, hogy a fejlesztők nem algoritmusokra hagyatkoznak, hanem egy kis létszámú szerkesztőségre, akik saját kezűleg dönthettek bizonyos topicok kiemeléséről, mások háttérbe szorításáról, vagy eltávolításáról, ha az nem felelt a valóságos eseménynek. További kritérium volt, hogy a szerkesztő csapat által követett tíz híroldalból (BBC News, CNN, Fox News, The Guardian, NBC News, The New York Times, USA Today, The Wall Street Journal, Washington Post, Yahoo News) közül legalább 5-ben vezető hírnek kell lennie. Ez a szelekciós metódus nagyban hasonlít a hírügynökségek szerkesztői tevékenységére és a Facebook annak ellenére alkalmazta ezt az etikátlan beavatkozást (ráadásul a 2016-os amerikai elnökválasztás előtt), hogy valamilyen sajtó- vagy hírorgánium szerepét töltené be. Az emberi beavatkozást a vállalat egyik vezetője azzal magyarázta, hogy szükség volt rá a kiegyensúlyozott tájékoztatás érdekében.²⁰⁴

A különböző adatbotrányok sem segítették a Facebook megítélését. Donald Trump választási kampányába besegített a Cambridge Analytica, amely azt állította, hogy a big data elemzési módszereik segítségével segítettek győzelemhez az elnököt. A Channel 4 oknyomozó újságírói, rejtett kamerás felvételek segítségével lebuktatták és napvilágra hozták a CA etikátlan és a jogi határokat feszegető módszereit. A „megszokott” politikai zsarolásokon és sárdobáláson túl, még 2015-ben, harmadik fél szerepében a „Thisisyourdigitallife” alkalmazáson keresztül jutottak hozzá 87 millió fel-

²⁰⁴ Thielman, Sam: Facebook news selection is in hands of editors not algorithms, documents show
<https://www.theguardian.com/technology/2016/may/12/facebook-trending-news-leaked-documents-editor-guidelines> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

használó adataihoz, a Facebook hanyag adatkezelési módszereinek köszönhetően.²⁰⁵ Mark Zuckerberg ezután közleményt adott ki, amelyben szabadkozott, hogy megerősítik az adatbiztonsági rendszerüket, szigorítják a hozzáférési feltételeket a felhasználók adataihoz. Hogy ezt az alapító-CEO menyire vette komolyan jól mutatja, hogy a Cambridge Analytica botrány utáni hetekben egy újabb adatlopási botrány került elő: 120 millió felhasználó adatai kerülhettek harmadik fél kezébe a NameTest alkalmazás által.²⁰⁶ Ezt követően viszont egy újabb hackertámadás miatt 50 millió olyan felhasználó adataihoz férhettek hozzá illetéktelenek, akik használták a „View As” (Megtekintés, mint) lehetőséget adatlapjukon.²⁰⁷

A Facebook fennállása óta jelenleg a legnagyobb adatbotrányát éli át és a felhasználók ennek a folyamatnak szerves, kiszolgáltatott és tehetetlen részesei. Több mint 2 milliárd aktív felhasználóval a Facebook egyben a világ egyik legnagyobb adatbázisa is. Összességében mégsem lehet elbagatellizálni az adatlopásokat, mert itt a 10% 200 millió embert jelent. Érdekes számolni azzal is, hogy a tech óriások hány adatlopást hallgathatnak el a közvélemény elől a jobb megítélés érdekében (így tett a Google is, amikor nem jelezte a felhasználóknak, hogy közel 500.000 érintett lehet a Google+ biztonsági rése miatt kialakult kibertámadásoknak)²⁰⁸ és a krízist meglovagolva, hány további adatlopási hullám fog rázúdulni a vállalatokra. A felhasználók még inkább vulnerábilissá válnak a célzott politikai üzenetekkel és álhírekkel szemben, manipulálhatják a keresőszolgáltatásokban a találatokhoz való hozzáféréseiket, a saját idővonalunkon nem jelennek meg bizonyos médiumok posztjai, egy újabb buborékba helyezik a gyanútlan felhasználókat.

Az egyre vehemensebb szélsőjobbboldali, gyűlölködő valamint ezekkel együtt az álhírgyártó és kattintásvadász oldalak szisztematikus törlése, tiltása lett a következő napirendi pont a Facebooknál. A hate-speech és a

²⁰⁵ Kang, C., Frenkel, S.: Facebook Says Cambridge Analytica Harvested Data of Up to 87 Million Users <https://www.nytimes.com/2018/04/04/technology/mark-zuckerberg-testify-congress.html> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

²⁰⁶ Lomas, Natasha: Yet another massive Facebook fail: Quiz app leaked data on ~120M users for years <https://techcrunch.com/2018/06/28/facepalm-2/> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

²⁰⁷ Isaac, M., Frenkel, S.: Facebook Security Breach Exposes Accounts of 50 Million Users <https://www.nytimes.com/2018/09/28/technology/facebook-hack-data-breach.html?login=email&auth=login-email> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

²⁰⁸ Macmillan, D., McMillan, R.: Google Exposed User Data, Feared Repercussions of Disclosing to Public <https://www.wsj.com/articles/google-exposed-user-data-feared-repercussions-of-disclosing-to-public-1539017194> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

fake news visszaszorítása érdekében a vállalat valóságos cenzori hadsereget állíttatott fel, mintegy 7.500 ember ellenőrzi a lejárató és hamis tartalmakat. Lépett a Cloudflare tárhely-szolgáltató vállalat vezérigazgatója is és pillanatok alatt betiltotta a Daily Stormer szélsőséges csoport hozzáférhetőségét, ezt követte a több streaming szolgáltató is (a sor végén a Youtube lassú és nehézkes reakciója, amihez hozzájárult az új üzletpolitikai irány, családbarát – family friendly – tartalmak szorgalmazása is).²⁰⁹

Az első tömegmészárlás, ami az Internet és a közösségi média segítségével élő betekintést nyújtott az online extrémizmus manifesztációjába, offline térben a Christchurch-i. terrortámadás lett²¹⁰ A Facebook által használt AI rosszul azonosította, nem tudta felismerni a lövöldözést, mert az nem az öngyilkosság kategóriájába esett (további megkérdőjelezhető morális adalék, hogy az első felhasználói bejelentés 12 perccel az élő videoközvetítés után érkezett be a Facebookhoz).²¹¹ A közvetítés azonban a Youtubeon, Twitteren és Redditen is megtalálható volt, tulajdonképpen. A több mint 50 áldozattal járó tragédia után a Facebook bejelentette komolyabb szigorítást vezetnek be és változtatnak a vállalat közösségi irányelvein valamint, a felhasználás feltételein. A szélsőséges, fehér felsőbbrendűséget hirdető tartalmakat korábban már tiltás alá helyezték, azonban a Charlottesville-i és Christchurch-i események hatására a fehér nacionalista és szeparatista, gyűlöletmozgalmakra és üzenetekre is kiterjesztették ezt a rendelkezést.²¹² Felmerülhet azonban az újabb kérdés a legnagyobb cenzorral²¹³ kapcsolatban, hogy akár a mesterséges intelligencia – ami minden szempontból csődöt mondott a tartalom kiszűrésénél -, akár az emberi moderátorok képesek lesznek-e különbséget tenni a szélsőségek, a gyűlöletbeszéd (és most már

²⁰⁹ Sajó Dávid: Az internet elkezdte kiirtani a nácikat

https://index.hu/kultur/zene/2017/09/02/nacik_youtube_spotify_google_music_apple/ (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

²¹⁰ Roose, Kevin: A mass murder of, and for, the Internet:

<https://www.nytimes.com/2019/03/15/technology/facebook-youtube-christchurch-shooting.html?module=inline> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29)

²¹¹ Hern, Alex: Facebook reviews live stream policy after Christchurch attack

<https://www.theguardian.com/world/2019/mar/21/facebook-could-have-moved-faster-on-christchurch-video-if-it-were-suicide> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29)

²¹² Stack, Liaam: Facebook announces new policy to ban white nationalist content

<https://www.nytimes.com/2019/03/27/business/facebook-white-nationalist-supremacist.html> (Utolsó megtekintés 2019.03.29.)

²¹³ A Facebook bekeményít Németországban:

https://index.hu/tech/2017/08/09/a_facebook_bekemenyit_nemetorszagban/ (Utolsó megtekintés: 2019.03.29)

a fehér nacionalizmust is ide vehetjük), valamint az amerikai patriotizmus között, illetve hogy a fekete nacionalizmus a mérleg melyik oldalára fog kerülni? A szakértők által szorgalmazott új irányelv szükséges és elengedhetetlen, azonban újabb támadási felületet jelent a különböző alt-right mozgalmaknak, a kettős mérce ismét jelen van a legnagyobb közösségi média óriás politikájában.

A probléma alfája és ómegája: a technológia és az ember viszonya

Lehetséges, hogy a nem túl távoli jövőben mesterséges intelligencia segítségével determinálják az alkalmazások, hogy milyen híreket szánnak nekünk. Van-e lehetőség arra, hogy a fejlesztők nem csak kártékony álhír terjesztésben használják fel az AI adta opciókat? Az AdVerif.ai lehet egy jó példa a pozitív eredmények elérésében. A szoftver hamis cikkeket, pornográf tartalmakat, más behatoló, kártékony programokat detektál és olyan árulkodó jelekre fókuszál a hírek tartalmának vizsgálatakor, mint a túl sok nagybetű, a cím és a szövegtest jelentős arányú eltérése. Az álhírek elleni harcban a program felismeri a hetente frissített adatbázisból, ha egy weblapon megjelenik valamilyen hír, amit egyszer már hamisnak jelöltek, szétválasztja a szatirikus álhírportálokat a fake news siteoktól, valamint megkülönbözteti a politikai beállítottságot, irányultságot is.²¹⁴ Hasonló kezdeményezés látott napvilágot a mexikói választások idején is, amikor több mint 90 független civil szervezet kooperációjából megszületett a Verificado újságírói és tényellenőrzői társulás. Feladatuk az álhírek és dezinformációk kiszűrése volt a Krzana nevű hírgyűjtő applikáció és mesterséges intelligencia segítségével.²¹⁵ De nem csak az újságírók és informatikusok küzdhetnek az álhírek ellen. Magyarországi kezdeményezés a Magyar Kétfarkú Kutya Párt²¹⁶ inter-

²¹⁴ Snow, J.: Can AI Win the War Against Fake News?

<https://www.technologyreview.com/s/609717/can-ai-win-the-war-against-fake-news/> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29.)

²¹⁵ AI to help tackle fake news in Mexican election

<https://www.bbc.com/news/technology-44655770> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29)

²¹⁶ Az MKKP-ről ld még. Jancsák 2009

netes böngésző bővítménye, amely a Google Chromehoz telepítve segít kiszűrni a kétes tartalmú weboldalakokat, álhíroldalakat.²¹⁷

Mielőtt azonban fellélegezhetnénk, és úgy gondolhatnánk, hogy az álhírek terjedésének elejét sikerül venni, felüti a fejét egy újabb manipulációs technológia, a deepfake. Míg az álhírek elsősorban textuálisan manipuláltak, addig a deepfake eszközei már a régóta bevált vizuális manipulációt tökéletesítik. A nagy teljesítményű számítógépek megjelenésének és a különböző videoszerkesztő szoftvereknek és a csevegőprogramok filtereinek, kiterjesztett valóságainak köszönhetően a videomanipuláció már nem egy hollywoodi blockbuster film témája, hanem a mindennapi valóság része. A deepfake technológiának köszönhetően egyre nehezebben tudunk különbséget tenni valódi videók és képek, valamint a manipulált, megszerkesztett audiovizuális tartalmak között.²¹⁸ A mesterséges intelligencia fejlődésével és megfelelő adatmennyiséggel olyan képeket és videókat készíthetnek a hackerek/trollok/álhírgyártók akár politikusokról, akár közéleti személyiségekről, amelyekre korábban egyik profi álhír tartalomgyártó sem lett volna képes. A post-truth korszak talán legveszélyesebb fegyverével kell szembenéznie a tech cégeknek, és ha időben nem tesznek megfelelő lépéseket, akkor a kár sokkal nagyobb és akár visszafordíthatatlan is lehet. Gondoljunk csak bele, ha egy szöveges álhír több ezer megosztást kap, akkor egy digitálisan manipulált videófelvétel vajon mekkora megosztásra számíthat?

Összegzés

A digitális és médiaműveltség fontos, preventív tényező az álhírek elleni küzdelemben. A médiaműveltség magába foglalja az összes kognitív és szociális, valamint technikai készséget, amelyek birtokában az állampolgárok kritikus álláspontot képesek megfogalmazni az olvasott hírekkel kapcsolatban. Ehhez a média nagyfokú szabadsága és pluralizáltsága elengedhetetlen feltétel, továbbá az embertársainkba vetett bizalom és hit, amely egyben a társadalom működésében is fundamentum. A technikai-technológiai változások, a „webkettes” forradalom eredményeként a közösségi média alapjai-

²¹⁷ Töltse le: a Kétfarkúak csináltak egy bővítményt, amellyel kiszűrhetők az átverős weboldalak

https://hvg.hu/tudomany/20180718_magyar_ketfarku_kutya_part_google_chrome_bovitmeny_alhir_kamuhir_hoax (Utolsó megtekintés: 2019.03.29.)

²¹⁸ Bodnár Zsolt: 2018: A deepfake éve, a valóság vége

<https://qubit.hu/2018/06/06/2018-a-deepfake-eve-a-valosag-vege> (Utolsó megtekintés 2019.03.29)

ban formálta át az említett folyamatokat. Az álhírek térnyerése a felgyorsult technológiai környezetnek, megváltozott felhasználói és tartalom előállítói szokásoknak köszönhető. Ezen folyamatok összessége a post-truth korszakban kulminálódik, kialakítva egy másik nyilvánosságot, amely egyaránt táplálkozik a főszórájú és az alternatív médiából, reprezentálódási területe pedig a közösségi média valamely platformja.

Mindig nehéz egy olyan témával és korszakkal kapcsolatban kutatást végezni, amelyben élünk. Az információs társadalomban egyik pillanatról a másikra felértékelődhetnek és eltűnhetnek ötletek, tudástárak, megszokottak és „trendinek” hitt folyamatok. Ezért kutatásom fő célja volt, hogy széles spektrumon összefoglaljam a post-truth korszak jellemzőit a megváltozott médiakörnyezetet és fogyasztói igényeket, technológiai újdonságokat. Nem foglalkoztam külön a jogi szabályozások lehetőségeivel, hiszen ez az egyes államokban eltérő lehet, de úgy vélem, egy közös minimum deklarálása minden olyan ország számára létfontosságú, amely felveszi a harcot az álhírek terjedésével és a dezinformációval szemben. Továbbá fontosnak tartom országoként független szakértő testületek felállítását, akik a politikai identitástól független, semleges álláspontot tudnak képviselni és a korrekt tájékoztatást tartják elsődlegesnek. A fentebbi példákból jól látszik, hogy ez nem csak egy idealista megközelítés, hanem relevanciát nyert, pragmatikus álláspont a hatalom kontrolálásában. Azonban az álhírekkel szembeni harc immáron a jövőben új dimenziókat ölt, ahogyan a fake news jelenség is egyre radikálisabb formákban prezentálódik a különböző technikai újításoknak, technológiai eljárásoknak köszönhetően.

A fejlődésre azonban sosem szabad kártékony módon gondolni, ami disztópiába dönthet mindent. Ne feledkezzünk meg róla, hogy a technika önmagától értetődően neutrális, nem jó és nem rossz. Egy instrumentum, ami csak az alkotókon, az emberiségen múlik, hogy milyen célokra használja fel.

Irodalom

Aczél Petra et al. (2017) Álhírek. *Századvég*. Budapest, Századvég Kiadó. 84. p. 156. ISSN: 0237 5206 Elérhető: https://issuu.com/szazadvég/docs/szv_84_alhirek (Utolsó megtekintés: 2018.11.08.)

Antal Zsolt et al. (2015) *Médiabefolyásolás: Az új kislexikon*. Budapest, Századvég; MTA BTK Médiatudományi Kutatócsoport. 244 p. ISBN 978 615 5164 25 5

Bajomi-Lázár Péter (2006) *Média és társadalom*. Budapest, PrintX-Budavár; Média-kutató Alapítvány. 191 p. ISBN 963 86759 8 5

Broockman, David et al. (2017) *The Political Behavior of Wealthy Americans: Evidence from Technology Entrepreneurs* Elérhető:

<https://www.gsb.stanford.edu/faculty-research/working-papers/political-behavior-wealthy-americans-evidence-technology> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29.)

Charles, Sterin, J. (2018) *Mass media revolution*. New York, N.Y, Routledge. 540 p. ISBN 978 1 138 23265 5

Data Science Institute of Columbia University: New Study Highlights Power of Crowd to Transmit News on Twitter <https://datascience.columbia.edu/new-study-highlights-power-crowd-transmit-news-twitter> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29)

Jancsák Csaba (2009): Miért jó a rossz a jóban?: A kétfarkú kutya jelenség megértése felé. In: Biró István (szerk.): *Csatlakozás az Európai Ifjúsági Térséghez 3.0.* Sziged: Európai Ifjúsági Kutató-, Szervezetfejlesztő és Kommunikációs Központ (EIKKA), 2009. pp. 29-63. ISBN:9789638708465

Krekó Péter (2018) *Tömegparanoia. Az összeesküvés-elméletek és álhírek szociálpszichológiája*. Budapest, Athenaeum. 264 p. ISBN 978 963 293 759 5

Luhmann, Niklas (2008) *A tömegmédia valósága*. Budapest, Gondolat Kiadó, Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet. 133 p. ISBN 978 963 693 087 5

Turk, Žiga (2018) *Technology as Enabler of Fake News and a Potential Tool to Combat It* Elérhető:

[http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_IDA\(2018\)619008](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_IDA(2018)619008) (Utolsó megtekintés: 2019.03.29)

Internetes hivatkozások:

Zusi, P: Post-truth? No: post-lie <https://www.ucl.ac.uk/european-institute/news/2018/feb/post-truth-no-post-lie> (Utolsó megtekintés: 2018.03.29.)

McCann, K: Nigel Farage: £350 million pledge to fund the NHS was 'a mistake' <https://www.telegraph.co.uk/news/2016/06/24/nigel-farage-350-million-pledge-to-fund-the-nhs-was-a-mistake/> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29.)

Császi Lajos: Médiakutatás a kulturális forradalom után

https://mediakutato.hu/cikk/2008_03_osz/07_mediakutatas_forradalom (Utolsó megtekintés 2019.03.29.)

Flood, Alison: Fake news is 'very real' word of the year for 2017

<https://www.theguardian.com/books/2017/nov/02/fake-news-is-very-real-word-of-the-year-for-2017> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29.)

Nace, T.: NASA Astronauts Provide A Perfect Response To B.o.B's GoFundMe To Prove The Earth Is Flat

<https://www.forbes.com/sites/trevornace/2017/10/05/nasa-astronauts-perfect-response-to-b-o-bs-gofundme-to-prove-the-earth-is-flat/#37a6f7f41ce3> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29.)

Why doesn't America read anymore?

<https://www.npr.org/2014/04/01/297690717/why-doesnt-america-read-anymore?t=1542028883757> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29.)

Hale, T.: Marijuana Contains "Alien DNA" From Outside Of Our Solar System, NASA Confirms <https://www.iflscience.com/editors-blog/marijuana-contains-alien-dna-from-outside-of-our-solar-system-nasa-confirms/all/> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Grimes, D. R.: Echo chambers are dangerous – we must try to break free <https://www.theguardian.com/science/blog/2017/dec/04/echo-chambers-are-dangerous-we-must-try-to-break-free-of-our-online-bubbles> (Utolsó megtekintés 2019.03.29)

Leetaru, K.: Why 2017 was the year of the filter bubble? <https://www.forbes.com/sites/kalevleetaru/2017/12/18/why-was-2017-the-year-of-the-filter-bubble/> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Fowler, G.: I fell for Facebook fake news. Here's why millions of you did, too. https://www.washingtonpost.com/technology/2018/10/18/i-fell-facebook-fake-news-heres-why-millions-you-did-too/?utm_term=.27e957f5ae9a (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Dizikes, P.: Study: On Twitter, false news travels faster than true stories <http://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29.)

Morric, C.: Trump Calls Out CNN, NBC, ABC, and CBS in Wake of Sinclair's 'Fake News' Promos <https://finance.yahoo.com/news/trump-calls-cnn-nbc-abc-132605495.html?guccounter=1> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

A legnagyobb hatalom a világon: megszabni a valóságot https://index.hu/gazdasag/2018/06/26/sinan_aral_interju/ (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Fiegerman, S.: Elon Musk predicts World War III <https://money.cnn.com/2017/09/04/technology/culture/elon-musk-ai-world-war/index.html> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Pramuk, J., Kimball, S.: Trump did not collude with Russia, says Mueller, and is cleared of obstruction by the attorney general <https://www.nytimes.com/2019/03/29/us/politics/barr-mueller-report.html> (Utolsó megtekintés 2019.03.29.)

Benner, K.: Barr says Mueller report will be redacted and made public by mid-April <https://www.nytimes.com/2019/03/29/us/politics/barr-mueller-report.html> (Utolsó megtekintés 2019.03.29.)

UK regulator Ofcom backs BBC in Russian TV case <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-34316047> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Carroll, R.: Russia Today news anchor Liz Wahl resigns live on air over Ukraine crisis <https://www.theguardian.com/world/2014/mar/06/russia-today-anchor-liz-wahl-resigns-on-air-ukraine> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Halliday, J.: BBC World Service fears losing information war as Russia Today ramps up pressure <https://www.theguardian.com/media/2014/dec/21/bbc-world-service-information-war-russia-today> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Parfitt, T.: My life as a pro-Putin propagandist in Russia's secret 'troll factory' <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/russia/11656043/My-life-as-a-pro-Putin-propagandist-in-Russias-secret-troll-factory.html> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Gold, A.: Facebook boots U.S. accounts spreading questionable political content <https://www.politico.com/story/2018/10/11/facebook-removed-accounts-894731> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Migrant raped a goat in Bulgaria <https://euvsdisinfo.eu/report/migrant-raped-a-goat-in-bulgaria/> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Rainsford, S.: Mission implausible: Russians mock improbable spy duo <https://www.bbc.com/news/world-europe-45591103> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Thielman, Sam: Facebook news selection is in hands of editors not algorithms, documents show <https://www.theguardian.com/technology/2016/may/12/facebook-trending-news-leaked-documents-editor-guidelines> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Kang, C., Frenkel, S.: Facebook Says Cambridge Analytica Harvested Data of Up to 87 Million Users <https://www.nytimes.com/2018/04/04/technology/mark-zuckerberg-testify-congress.html> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Lomas, Natasha: Yet another massive Facebook fail: Quiz app leaked data on ~120M users for years <https://techcrunch.com/2018/06/28/facepalm-2/> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Isaac, M., Frenkel, S.: Facebook Security Breach Exposes Accounts of 50 Million Users <https://www.nytimes.com/2018/09/28/technology/facebook-hack-databreach.html?login=email&auth=login-email> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Macmillan, D., McMillan, R.: Google Exposed User Data, Feared Repercussions of Disclosing to Public <https://www.wsj.com/articles/google-exposed-user-data-feared-repercussions-of-disclosing-to-public-1539017194> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Sajó Dávid: Az internet elkezdte kiirtani a nációkat https://index.hu/kultur/zene/2017/09/02/nacik_youtube_spotify_google_music_ape/ (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 29.)

Roose, Kevin: A mass murder of, and for, the Internet: <https://www.nytimes.com/2019/03/15/technology/facebook-youtube-christchurchshooting.html?module=inline> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29)

Hern, Alex: Facebook reviews live stream policy after Christchurch attack
<https://www.theguardian.com/world/2019/mar/21/facebook-could-have-moved-faster-on-christchurch-video-if-it-were-suicide> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29)

Stack, Liaam: Facebook announces new policy to ban white nationalist content
<https://www.nytimes.com/2019/03/27/business/facebook-white-nationalist-supremacist.html> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29.)

A Facebook bekeményít Németországban:
https://index.hu/tech/2017/08/09/a_facebook_bekemenyit_nemetorszagban/
(Utolsó megtekintés: 2019.03.29)

Snow, J.: Can AI Win the War Against Fake News?
<https://www.technologyreview.com/s/609717/can-ai-win-the-war-against-fake-news/> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29.)

AI to help tackle fake news in Mexican election
<https://www.bbc.com/news/technology-44655770> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29)

Töltse le: a Kétfarkúak csináltak egy bővítményt, amellyel kiszűrhetők az átverős weboldalak
https://hvg.hu/tudomany/20180718_magyar_ketfarku_kutya_part_google_chrome_bovitmeny_alhir_kamuhir_hoax (Utolsó megtekintés: 2019.03.29.)

Bodnár Zsolt: 2018: A deepfake éve, a valóság vége
<https://qubit.hu/2018/06/06/2018-a-deepfake-eve-a-valosag-vege> (Utolsó megtekintés: 2019.03.29)